

СОЦИОЛОГИЯ ИЛИМДЕРИ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ
SOCIOLOGICAL SCIENCES

Койчуманова Н.Т., Кокомбаев К.С.

**СОЦИАЛДЫК ТАРМАКТАРДА ТЕЛЕКӨРСӨТҮҮНҮН
АЗЫРКЫ УЧУРДАГЫ ОРДУ**

Койчуманова Н.Т., Кокомбаев К.С.

**СОВРЕМЕННОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

N. Koichumanova, K. Kokombaev

**MODERN POSITION OF TV BROADCASTING
IN SOCIAL NETWORKS**

УДК: 316,77

Албетте, демократиялык коомдо Интернет медиасы жана башка маалыматтык коммуникациялар, анын ичинде телекөрсөтүү аркылуу идеялардын эркин агымынын жүргүзүлүүсү өзгөчө орунду ээлейт. Жана, акыркы жылдары калктын басымдуу бөлүгү маалыматты интернеттен жана социалдык түйүндөрдөн алып жаткандыктан, бүткүл дүйнөдө телевидениеге болгон көңүл буруу начарлап баратканы талашсыз. Бул заманбап доордун, жогорку технологиялык мезгилдин талабы. Ушул мезгилде телекөрсөтүү коомдун негизги социалдык институту катары инсандын социалдашуу жана руханий керектөөлөрүн канааттандыруу процессине тийгизген таасири абдан маанилүү. Изилдөөдө телекөрсөтүүлөрдүн сапаты жаакшырып, жалпы коом жана жааштар экранга тартылат деген ишеничке багыт алуу менен бирге жааштарды социалдаштыруудагы маанисин изилдеп аныктоону көздөйт. Республикада телекөрсөтүүлөрдүн практикалык өнүгүшүнө мыйзам чыгаруу, коомдук-саясий системанын алкагындагы маалыматтык мамилелерди уюктук жөнгө салуу, социалдык жоопкерчилигин жогорулатуу, маалыматтык коомдо алардын өнүгүүсүн долбоорлоо жана аныктоо өзгөчө актуалдуу маселелердин бири.

Негизги сөздөр: социалдык тармак, маалымат, телеберүү, коомчулук, баалуулуктар, медиа, социалдаштыруу.

Несомненно, что особое место в демократическом обществе занимает свободный поток идей через интернет-СМИ и другие инфокоммуникации, включая телевидение. И бесспорно, что в последние годы внимание масс к телевидению во всем мире ослабевает, так как основная доля населения получает информацию из Интернета и социальных сетей. Это является влечением нового, современного, высокотехнологического времени. На данное время очень важно определить роль телевидения, как основного социального института общества, влияющего на процесс социализации и удовлетворения духовных потребностей личности. Исследование направлено на выявление роли телевидения в социализации молодежи при одновременном повышении качества телевидения и уверенности в том, что общество в целом и молодежь будут вовлечены на экран. Законодательство, правовое регулирование информационных отношений в рамках общественно-политической системы, повышение социальной ответственности, проектирование и определение их развития в информацион-

ном обществе является одним из важнейших вопросов практического развития телевидения в стране.

Ключевые слова: социальная сеть, информация, телепередача, сообщество, ценности, медиа, социализация.

Undoubtedly, a special place in a democratic society is occupied by the free flow of ideas through the Internet media and other information communications, including television. And it is undeniable that in recent years, the attention of the masses to television around the world has been weakening, as the bulk of the population receives information from the Internet and social networks. This is the dictate of a new, modern, high-tech time. At this time, it is very important to determine the role of television as the main social institution of society, influencing the process of socialization and satisfaction of the spiritual needs of the individual. The study aims to identify the role of television in the socialization of young people, while improving the quality of television and the belief that society as a whole and young people will be involved in the screen. Legislation, legal regulation of information relations within the socio-political system, increasing social responsibility, designing and defining their development in the information society is one of the most important issues for the practical development of television in the country.

Key words: social network, information, television, community, value, media, socialization.

Байыртадан адамзат топтогон маалыматка жана маданий баалуулуктарга жетүү эркиндиги ар бир жарандын жашоо турмушунда өтө маанилүү рол ойнору талашсыз. Ошону менен бирге, сөз эркиндиги жана анын натыйжасында демократиялык коомдун негизги баалуулуктары болгон идеялардын эркин агымы онлайн медиа, интернет, жана башка инфокоммуникациялар аркылуу камсыздануусу баарыбызга маалым.

Маалымат коммуникациялары, же болбосо массалык маалымат каражаттарынын ичинен телекөрсөтүү өзгөчө орунду ээлейт десек жаңылышпайбыз. Ал рухий баалуулуктарды керектөөнү, колдонуу, эс алуу жана көңүл ачууну айкалыштыруусун, ошону менен бирге социалдык көйгөйлөрдү жаратуусун да белгилеп кетмекбиз.

Изилдөөнүн актуалдуулугу. Адам маалыматты экран, телефон, радио, гезит ж.б.у.с ар кайсы маалымат булагынан ала алат. Бирок акыркы жылдары уюлдук телефон аркылуу интернет сайттары тез жана ыкчам маалыматты жеткиримдүүлүгү менен алдыда десек туура болот. Ошол эле учурда экран сүйүүчүлөрү да аз эмес. Мурунку убакка салыштырмалуу теленин актуалдуулугу бир аз солгундоо жаратабы деген ойлор туулбай койбойт. Бир күндө телевизорду канча убакыт көрсөзү? Чынында биздин көрүүчүлөр кандай көрсөтүүлөрдү көрүүнү каалашат? Кандай көрсөтүүлөрдү берүү менен биз адамдарды экранга топтой алабыз? ж.б ушундай суроолорду аудиторияга узатып, маалыматты алуу башкы максат болду. Өлкөбүздөгү кырдаалга байланыштуу сурамжылоо онлайн форматта өтүп, өлкөнүн бардык аймактарындагы жарандар катышууга мүмкүнчүлүк түзүлгөн.

Бул социологиялык изилдөө Эл аралык Кувейт университетинин “Журналистика” багытынын студенттеринин жардамы менен жүргүзүлдү.

Изилдөөнүн объектиси – коомчулук жана телеберүүлөрдүн абалы. Жалпысынан изилдөөгө эркин талдоо ыкмасында 20 жаштан 50 жашка чейинки адамдар катышты.

Изилдөөнүн тажрыйбалык мааниси. Бул изилдөөдө телекөрсөтүүлөрдүн сапаты жакшырып, жалпы коом жана жаштар экранга тартылат деген ишеничке багыт алуу менен бирге жаштарды социалдаштыруудагы маанисин изилдеп аныктоону көздөйт.

Акыркы жылдары Кыргызстанда гана эмес, бүт дүйнө жүзү боюнча телеберүүлөргө тиешелүү көңүл бурулбай калганы байкалууда. Анткени калктын калын катмары маалыматты интернеттен, соцтармактардан алуусунда болгону ырас. Ошондой эле телеберүүлөрдүн да жалпы сапаты канааттандырылгы эмес.

Изилдөөнүн негизги мазмуну. Массалык маалымат каражаттары азыркы учурдагы мамлекети-биздин социалдык-маданий трансформациясындагы процесстерде өтө маанилүү ролду ойнору белгилүү. Жогорку өнүгүүгө жетишкен саясий иш-аракеттердин инструменти жана механизми катары массалык маалымат каражаттары басма сөз, радио, телекөрсөтүү, интернет, кино жана башка багыттарды көздөйт. Коомчулуктун, жеке инсандын жашоо турмушунда, келечегинде ири коммуникациялык системаларды пайдалануу мүмкүнчүлүгү кеңири оорунга ээ болгонда. Алар саны боюнча түрдүү аудиторияларга ырааттуулук менен маалыматтарды жайылтуу, идеологиялык, экономикалык, маданий жана саясий таасир тийгизүүнү өзүнө камтыйт. Илимий-техникалык жетишкендиктердин чоң түрткүсү менен байланыштуу чоң көлөмдүү сөз, видео, музыкалык маалыматтарды тез убакыттын ичинде жана массалык түрдө көрсөтүү жана тираждоо камсыз болду.

Азыркы мезгилде массалык маалымат каражаттары инсандын рухий талаптарын канааттандыруу үчүн зарыл шарттарды түзөт жана социалдаштыруу процессинде телевидение жана интернет чечүүчү ролду ойнору шексиз. Россиялык изилдөөлөрдүн 2017-жылкы маалыматына караганда Интернеттин тез жана кеңири колдонулушуна карабастан, телекөрсөтүү маалыматтын негизги булагы катары маанисин али жогото элек. (ВЦИОМдун маалыматы боюнча Россиянын калкынын 52% ушинтип ойлойт) [1] деп белгиленген. «Журналистика» предмети боюнча эксперт Л.В. Турусованын: «Телевидение – бул медиакратиянын, медиа элитанын белгилүү бир саясий, идеологиялык, экономикалык тандоосунун натыйжасы» - деп белгилени да практика жүзүндө көрүүгө болот [2].

Негизинен заманбап учурдун өзөктүк идеясынын манызына кайрылсак “телеберүү азыркы коомдун негизги социалдык институту болуп саналат” [3, 17-40-бб.]. деген аныктоого кошулабыз жана телекөрсөтүүлөрдүн иреттүү мазмуну адамдардын күнүгө адам болуусуна түздөн түз таасирин тийгизерин тана албайбыз. Изилдөөчү И.А. Акимова “Телевидение в жизни современного человека” аттуу макаласында: “бүгүнкү күндө телевидениенин ролун баалабай коюуга болбойт, анткени бүгүнкү күндө маалымат бийликтин куралына айланган” [4] деп белгилеген. Ошол эле мезгилде Г.Маклюэндин: “теле муун, бир жагынан – азыркы учурдун жаратуучусу, экинчи жагынан – анын курмандыгы” дегенин да эске алуу зарыл [5].

Кыргызстандагы респонденттердин пикирлери боюнча да телеберүүлөргө бурулган көңүлдөр төмөн эмес. Мисалы, алардын айтымында, Кыргызстандагы эң ишенимдүү телеканалдардын тизмеси жана тартиби жаш курактагылар, шаар жана айыл тургундары, ошондой эле аялдар менен эркектер арасында дээрлик бирдей. Аялдардын КТРКга эркектерге караганда көбүрөөк ишенери жана НТСке азыраак ишенери кызык, бирок бул пайыздык айырмалар чоң сүрөттү өзгөртпөйт: КТРК, НТС жана Ала-Тоо 24 бардык демографиялык топтордо чоң ишенимге ээ [6].

Республикалык масштабда телекөрсөтүүлөрдүн практикалык өнүгүшүнө мыйзам чыгаруунун, коомдук-саясий системанын алкагындагы маалыматтык мамилелерди укуктук жөнгө салуу механизмдерин ырааттандыруу керек. Телеберүүлөрдүн социалдык жоопкерчилигин жогорулатуу шарттарын, маалыматтык коомдо алардын өнүгүүсүнүн өзгөчөлүктөрүн долбоорлоо жана аныктоо өзгөчө актуалдуу маселелердин бири.

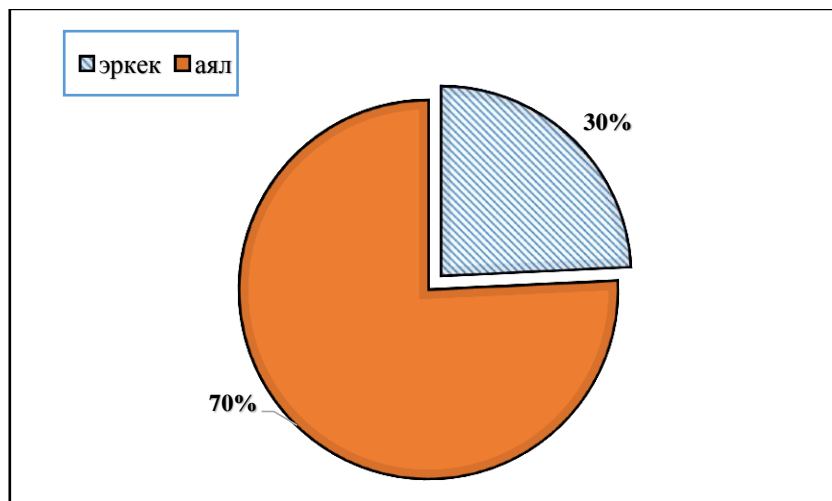
Азыркы мезгилде телекөрсөтүүлөрдүн мамлекеттик тилге болгон өтө жоопкерчилигине, жалпы коомчулуктун болгон муктаждыгына, жаш муундар арасында кеңири колдонулушуна багытталышы абзел. Ушуга байланыштуу Жеңиш Айдаров “Азаттыкта” (6-январь, 2022-ж.) «Все должны соблюдать пра-

вила выхода в эфир», деп белгиленгендей «2008-жылдын 2-июнундагы №106 Мыйзамына ылайык «Телекөрсөтүү жана радиоуктуруу жөнүндө» контининин 50%дан кем эмеси ата мекендик өндүрүштө жана 50% дан кем эмес берүүлөр мамлекеттик тилде болушу керек» [7].

Изилдөөнүн негизинде төмөнкү жыйынтыктарды белгилесе болот:

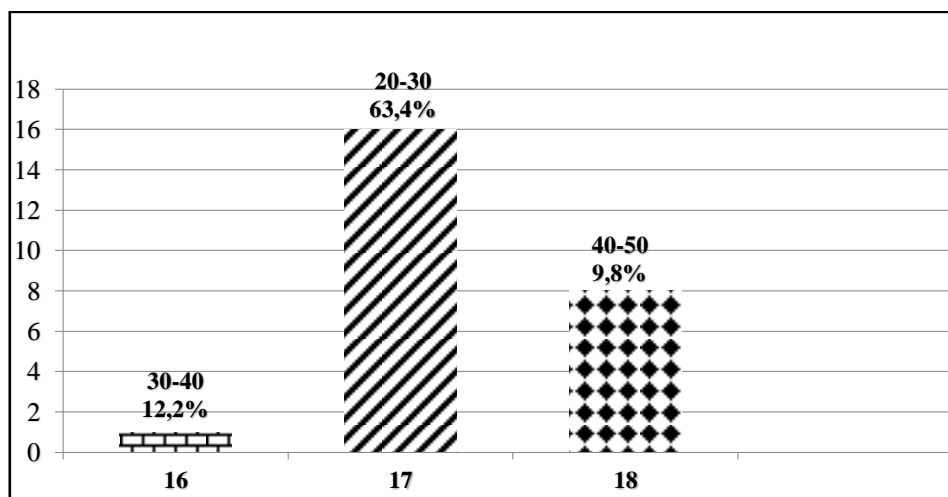
I. Сурамжылоонун 70%ын аялдар, 30%ын эркектер түздү (1-диаграмма).

1-диаграмма



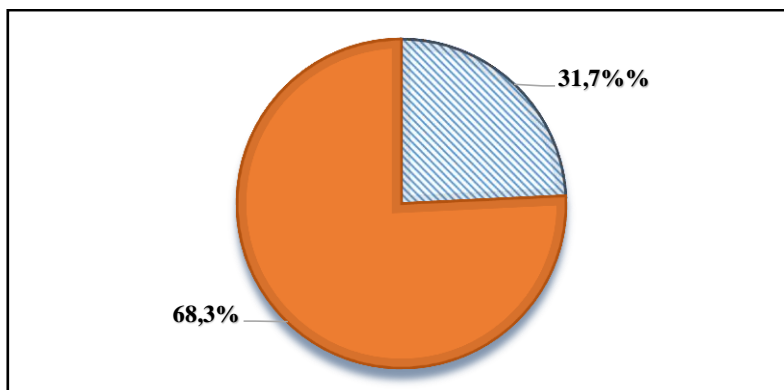
II. Жаш курагы боюнча алганда 20-30 жаштагылар - 63,4%, 30-40 жаштагылар - 12,2%, 40-50 жаштагылар - 9,8%ды түздү. Бул көрсөткүчтөрдү төмөнкү 2-диаграммдан көрсөк болот.

2-диаграмма



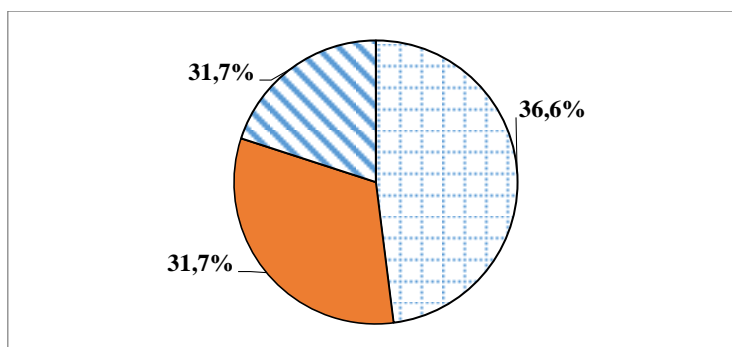
III. Азыр бардык адамда колунда кичинекей телевизор бар болгондуктан, көп убактысын ага бөлөт. Ал албетте телефон. Ошондуктан биздин кийинки суроо жарандардын телевизор көрүүгө канча убакыт бөлөөрүн аныктоону чечтик. Жыйынтыгында «дээрлик көрбөйм» жообу - 68,2%, ал эми «2-3саат» жообу - 31,7% түздү.

3-диаграмма



IV. Сурамжылоого катышкан 40 жарандын ичинен 31,7%ы көрсөтүү көрөм деп жооп берсе, жок дегендер 31,7%, ал эми 36,6 %ы кээде көрсөтүү көрөрүн белгилеген (4-Диаграмма).

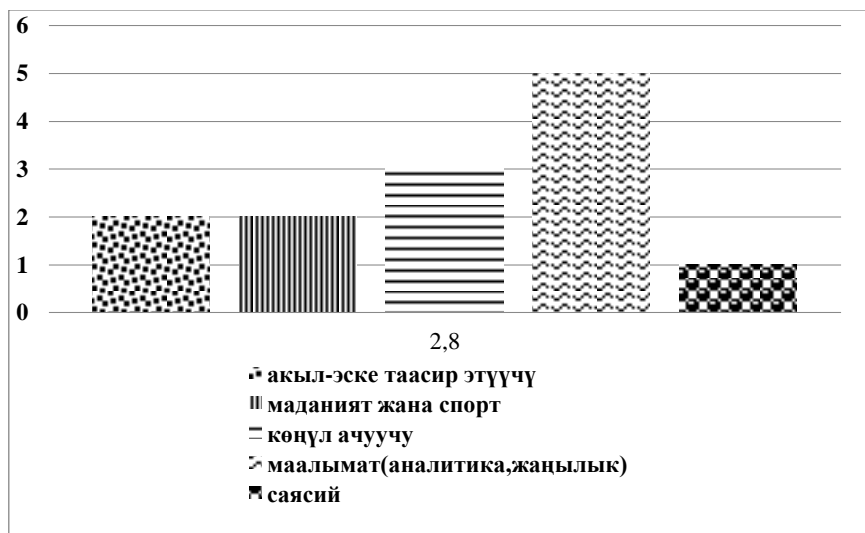
4-диаграмма



V. Бул изилдөөгө телеберүүнүн аудиториясын кандай көрсөтүүлөр кызыктыраарын билүү маанилүү. Ошондуктан “Кандай көрсөтүүлөрдү көрөсүз?” деген суроого төмөндөгүдөй жооп болду (5-диаграмма):

- акыл-эске таасир этүүчү 23,1%;
- маданият жана спорт 23,1%;
- көңүл ачуучу – 28,2%;
- маалымат (аналитика, жаңылык) – 33,3%;
- саясий – 1,2%.

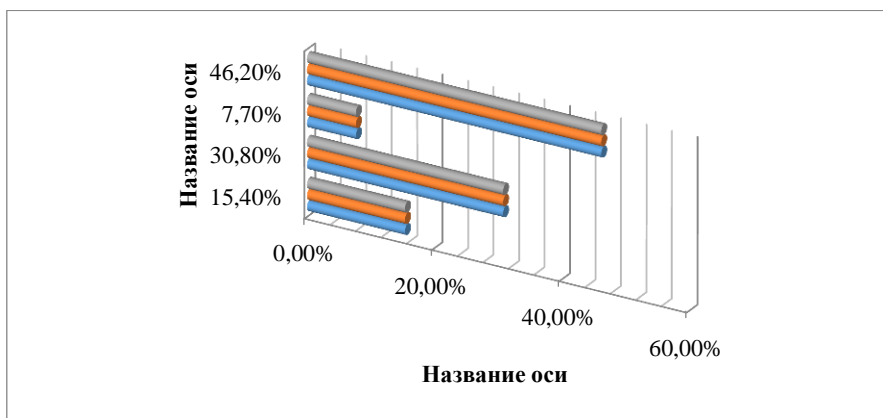
5-диаграмма



VI. Мындан кийин сөзсүз түрдө көрүүчүнү көрсөтүү эмнеси менен тарта аларын билүү абзел. “Сиз көргөн көрсөтүү эмнеси менен жагат?” деген суроого төмөнкүдөй жоопторду алдык: (6-диаграмма)

- канааттанбайм – 7,7%;
- эффективдүү – 15,4%;
- актуалдуу – 30,8%;
- кызыктуу – 46,2%.

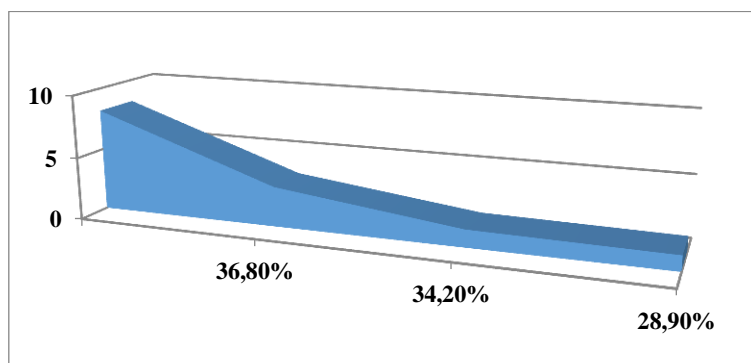
6-диаграмма



VII. Кайсы өлкөнү алба андагы телеберүүнүн аудиториясы, көрүүчүсү бар болгондон кийин ар кандай пикирлер жаралат. Ошол эле учурда сүйүп көргөн көрсөтүүсүндө дагы кемчилик, жакпаган жерлери болушу ыктымал. Ошондуктан кийинки суроо “Кыргызстандагы көрсөтүүлөрдө кандай көйгөй бар?” деген суроо коюлду. Андагы жооптор (7-диаграмма):

- максатын толук аткарбайт - 28,9%;
- баары бирдей эмес - 34,2%;
- максатын толук аткарбайт - 36,8%.

7-диаграмма



VIII. Социалдык изилдөөнүн жыйынтыктоочу суроосу аудиториянын сунушу болду. Максаты коом кандай көрсөтүүлөрдү көргүсү келет, калкты эмнелер кызыктырат деген суроонун айланысында жүргүзүлүп, суроо-талабын угуу. Социалдык изилдөө жүргүзүүчүлөрдүн кесиби “Журналистика” болгондуктан аудитория талап кылган көрсөтүүлөрдү даярдоо.

Тыянак. Изилдөөнүн жүрүшүндө жооп берүүчүлөрдүн 30%ы берүүлөрдү көрөөрүн тандаса, 32%ы көрбөй тургандыгын белгиледи. Тактап айтканда, жарымы экранды тыңдаса, жарымы маалыматты башка жактан алып, айрымдары анда-мында теле-

визор көрөт. Ал бетте бул бизди өкүндүрбөй койбойт. Анткени азыркы учурда экрандын ордун чөнтөк телефондогу социалдык тармактар басып, үйдөгү телевизорлор жөн гана көргөзмө болуп баратканын аныктап жатат көрүнөт. Бул нерсеге кызыктуу, интеллектуалдуу көрсөтүүлөрдүн жоголуп кетиши себеп болушу мүмкүн. Респонденттердин 31,6% маалымат, аналитика, жаңылыктарды көрөөрүн белгилешти. Ал эми көпчүлүк бөлүгү берүүлөрдүн көйгөйү бары бирдей эмес деп жооп кайтарышкан. Тактап айтканда, биздин телеканалдар эффективдүү берүүлөргө муктаж.

Сунуштар. Сурамжылоого катышкандардын ар бири өз оюн толуктап жазууга жана сунуш киргизүүгө мүмкүнчүлүк каралган. Анда ар түрдүү пикирлер жана көз караштар белгиленди.

Санариптик чөйрөдө телеберүүлөрдүн маанилүү орду белгиленип сурамжылоонун негизинде зарыл сунуштар чагылдырылды:

- көрсөтүүлөр (жаңылыктар) чындык, факт менен айтылып, бир тараптуу болбоо;

- коомдун психикасын жаңылык аркылуу бузбаган, элдин билим деңгээлин көтөрүү;

- глобалдуу көйгөйлөрдү чагылдырган (экология өңдүү), адеп-ахлакка тийиштүү, интеллектуалдык, мотивациалык берүүлөргө басым жасоо;

- журналисттердин коомдун кызыгуусун эске алуусу менен көрсөтүүлөрдүн берилүүсү;

- системалык уюштуруу, мультипрограммалуу мультимедиялык байланыш шарттарында каналдарды классификациялоо жана дифференциациялоо;

- байланыш операторлорунун, телекөрүүчүлөрдүн, рыноктун жаңы субъекттеринин мамилелерин чыңдоо жана сунуштарын колдонуу.

Адабияттар:

1. Интернет против телевидения: битва продолжается [Электронный ресурс] // Всероссийский центр изучения общественного мнения. Пресс-выпуск №3367 от 03.05.2017. URL: <https://wciom.ru/index.php?>>
2. https://spravochnick.ru/zhurnalistika/vliyanie_televideniya_na_sotsialnye_cennosti_i_mirovozzrenie_lyudev/
3. Винтерхофф-Шпурк П. Медиapsихология. Основные принципы. 2-е изд. испр., перер. и доп. / пер. с нем. А.В. Коченгина, О.А. Шипиловой. Харьков: Гум. центр, 2016. - 268 с.
4. www.gramota.net/materials/372017/10-271.html
5. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Перевод с английского: В.Г. Николаев. - М., 2003.
6. Информационные потоки и радикализация, ведущая к насильственному экстремизму в Центральной Азии. https://internews.kg/wp-content/uploads/2019/07/Informationflows_public_rus.pdf
7. <https://rus.azattyk.org/a/31642147.html>